COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 30 novembre 2015

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en octobre 2015

Près d'1 internaute sur 4 à la recherche d'un hôtel ou d'une location de vacances

En octobre 2015, 10,8 millions de Français se sont connectés au moins une fois à un site de la sous-catégorie « Hôtels / Guides Hôteliers », soit près d'un internaute sur 4 (23,3%). Cela représente une progression de 11,5% de l'audience par rapport à octobre 2014 avec 1,1 million de visiteurs uniques supplémentaires.

Chaque jour, 833 000 internautes ont visité au moins une fois un site de réservation et d'information sur les prestations hôtelières. Quotidiennement, chaque visiteur a consulté en moyenne 10 pages et consacré près de 11 minutes à cette activité.

Les CSP+ composaient la majorité (46,3%) de l'audience des sites d'Hôtels / Guides Hôteliers alors qu'ils représentaient 28,2% de la population internaute.
5 millions d'entre eux ont visité au moins un site de cette sous-catégorie en octobre 2015, soit 38,3% des internautes CSP+.
Ce sont les plus gros consommateurs en termes de pages vues et de temps passé sur les sites d'Hôtels / Guides Hôteliers : ils représentaient plus de la moitié des pages vues (55,9%) et du temps passé (55,2%) sur ces sites.

Booking.com arrive en tête de la sous-catégorie « Hôtels et Guides Hôteliers » avec 4,2 millions de visiteurs uniques. Il est suivi par deux sites au coude-à- coude, AccordHotels et Airbnb, avec près d'1,2 million de visiteurs uniques .

Top 5 des sites d'Hôtels / Guides Hôteliers en octobre 2015

Rang	Marques	Visiteurs uniques	Couverture	Temps passé par personne
1	Booking.com	4 196 000	9,1%	0:19:22
2	AccorHotels	1 184 000	2,6%	0:13:00
3	Airbnb	1 179 000	2,5%	0:36:18
4	Hotels.com	1 156 000	2,5%	0:10:27
5	Leboncoin.fr Vacances - TS OJD	1 110 000	2,4%	0:14:11

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google *	40 172 000
2	Microsoft *	34 126 000
3	Facebook *	24 920 000
4	Webedia	21 436 000
5	CCM Benchmark Group	20 587 000
6	Orange *	20 546 000
7	Solocal Group	19 336 000
8	Amazon *	17 713 000
9	Schibsted	17 136 000
10	Vivendi *	16 973 000
11	Groupe Lagardere	16 337 000
12	Wikimedia Foundation	15 832 000
13	Iliad	15 454 000
14	M6 *	13 792 000
15	Groupe Le Monde	13 169 000
16	Yahoo *	12 964 000
17	Groupe Auchan	12 922 000
18	Groupe TF1	12 570 000
19	Groupe Figaro	12 557 000
20	Prisma Media	11 994 000
21	Groupe Casino	11 958 000
22	La Poste	11 906 000
23	Groupe Credit Agricole	11 651 000
24	francetélévisions	11 114 000
25	auFeminin	10 743 000
26	Groupe Amaury	10 676 000
27	eBay *	10 588 000
28	Groupe Numericable - SFR *	10 378 000
29	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	10 098 000
30	Association VideoLAN *	9 886 000
31	Altice Media Group	9 650 000
32	Next Radio TV	9 268 000
33	Ministere de l Education Nationale	9 147 000
34	Gouvernement Francais	9 085 000
35	Fnac	9 047 000
36	Apple Computer *	8 877 000
37	SNCF France	8 572 000
38	Carrefour	7 581 000
39	Mondadori	6 980 000
40	Societe Generale	6 889 000
41	20 Minutes France	6 628 000
42	Pole Emploi	6 597 000
43	Assurance Maladie	6 406 000
44	Michelin	6 289 000
45	E.Leclerc	6 259 000
46	PriceMinister	6 168 000
47	Meteo France	6 157 000
48	Kingfisher	6 147 000
49	InterActiveCorp	6 027 000
50	Tripadvisor	5 986 000

* Suite à un incident technique temporaire, la technologie de mesure de notre partenaire Nielsen n'a pu enregistrer une partie du surf réalisé sur certaines **Applications Internet**. Les résultats des Groupes et Marques incluant des Applications, signalés par un astérisque, doivent être interprétés avec précaution.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

L'audience de l'internet en France en octobre 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google *	39 416 000	15 518 000
2	Facebook *	24 799 000	7 394 000
3	Microsoft *	24 698 000	3 452 000
4	YouTube	22 822 000	3 840 000
5	Orange - T *	18 800 000	5 198 000
6	Amazon *	17 395 000	1 851 000
7	Leboncoin.fr - TS OJD	17 108 000	3 018 000
8	Windows Live *	16 552 000	2 670 000
9	Wikipedia	15 532 000	1 657 000
10	PagesJaunes	14 935 000	1 366 000
11	Skype *	14 731 000	4 061 000
12	Free	14 667 000	1 770 000
13	Yahoo - T *	11 255 000	2 466 000
14	France Televisions - TS OJD	11 112 000	948 000
15	Cdiscount	10 877 000	861 000
16	Blogger	10 556 000	904 000
17	CommentCaMarche - TS	10 105 000	632 000
18	Videolan *	9 875 000	1 398 000
19	SFR *	9 588 000	1 660 000
20	impots.gouv.fr	9 437 000	569 000
21	Le Figaro - TS OJD	9 300 000	868 000
22	Dailymotion - TS	9 089 000	626 000
23	Fnac	9 008 000	634 000
24	Apple *	8 857 000	942 000
25	Linternaute.com - TS	8 803 000	559 000
26	OverBlog	8 671 000	567 000
27	eBay	8 262 000	934 000
28	AlloCine - TS	8 260 000	647 000
29	MSN - T *	8 259 000	1 541 000
30	Le Monde - TS OJD	7 952 000	804 000
31	Credit Agricole	7 869 000	1 457 000
32	Outlook (Outlook.com)	7 828 000	1 770 000
33	Bing	7 755 000	1 092 000
34	Marmiton - TS	7 627 000	463 000
35	MYTF1 - T	7 378 000	677 000
36	Mappy	7 100 000	481 000
37	Carrefour	6 968 000	499 000
38	Le Journal des Femmes - TS	6 936 000	417 000
39	Tele Loisirs - TS OJD	6 839 000	919 000
40	LA POSTE	6 727 000	1 143 000
41	L Equipe - TS OJD	6 719 000	891 000
42	20minutes.fr - TS OJD	6 628 000	529 000
43	Voyages-Sncf.com	6 596 000	482 000
44	Pole Emploi	6 572 000	678 000
45	Assurance Maladie	6 406 000	511 000
46	L Express.fr - TS OJD	6 377 000	435 000
47	L Obs - TS OJD	6 172 000	436 000
48	CanalBlog - TS	6 167 000	404 000
49	Meteo France - TS	6 157 000	727 000
50	PriceMinister	6 108 000	475 000

***** Suite à un incident technique temporaire, la technologie de mesure de notre partenaire Nielsen n'a pu enregistrer une partie du surf réalisé sur certaines **Applications Internet**. Les résultats des Groupes et Marques incluant des Applications, signalés par un astérisque, doivent être interprétés avec précaution.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – octobre 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'novembre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr